



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
 Volume 6 Nomor 3, 2023  
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 28/08/2023  
 Reviewed : 24/09/2023  
 Accepted : 25/09/2023  
 Published : 28/09/2023

Siti Saudah<sup>1</sup>  
 Moch. Hasyim Fanirin<sup>2</sup>  
 Ali Aminulloh<sup>3</sup>

## ANALISIS PENGARUH AKUN *INSTAGRAM* @QURANREVIEW TERHADAP MINAT *FOLLOWERSNYA* BELAJAR BAHASA ARAB

### Abstrak

Perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat berdampak pada seluruh aspek termasuk pendidikan. Penggunaan media sosial pun berkembang dan mulai banyak yang menjadikannya sebagai media pembelajaran, salah satunya pembelajaran bahasa Arab yang dikenal sulit dan membosankan sejak lama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan *Instagram* sebagai media berbasis visual terhadap minat pembelajaran bahasa Arab, dalam hal ini akun *Instagram* @quranreview terhadap *Followersnya*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif eksplanasi survey. Populasi penelitian adalah *Followers* akun *Instagram* @quranreview sebanyak 234.000 per Juni 2021. Teknik pengambilan sampel melalui sampel kuota dengan kriteria khusus yakni merupakan *Followers* aktif @quranreview dan pernah mengikuti kelas daringnya setidaknya satu kali. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh akun *Instagram* @quranreview terhadap minat *Followersnya* belajar bahasa Arab dibuktikan dengan koefisien regresi yang bernilai positif pada persamaan regresi yang dihasilkan yaitu  $Y = 7,588 + 0,637 (X)$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,565 atau 56,5%.

**Kata Kunci:** *Instagram*, Minat Belajar, Bahasa Arab

### Abstract

The rapid development of technology and the internet impacts all aspects including education. The use of social media has also developed and many have begun to use it as a learning medium, one of which is learning Arabic, which is known to be difficult and boring for a long time. This study aims to determine whether there is an influence of using *Instagram* as a visual-based media towards interest in learning Arabic, in this case, the @quranreview *Instagram* account towards its *followers*. The sampling technique is through a quota sample with special criteria, namely that they are active *followers* of @quranreview and have attended their online classes at least once. The analysis technique uses Simple Linear Regression Analysis. The results show that there is an influence of the @quranreview *Instagram* account towards the interest of its *followers* in learning Arabic as evidenced by the regression coefficient which is positive in the resulting regression equation, namely  $Y = 7.588 + 0.637 (X)$  and the coefficient of determination ( $R^2$ ) 0.565 or 56.5%.

**Keywords:** *Instagram*, Learning Interest, Arabic Learning

<sup>1</sup> Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, sitisaudah144@gmail.com

<sup>2,3</sup> Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia  
 hasyim@iai-alzaytun.ac.id, aminulloh@iai-alzaytun.ac.id

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat pada era globalisasi berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali pada dunia pendidikan. Hal ini menuntut setiap orang untuk bersiap, cakap, dan tidak gagap dalam menghadapi arus perkembangan teknologi (Bahruddin, Amrullah, & Audina, 2021). Perkembangan teknologi ini menimbulkan banyak perubahan serta modernisasi dalam berbagai aspek pembelajaran (Husin, Dhia, & Khoiriyatunnisa, 2021) salah satunya dalam perkembangan media pembelajaran (Ilmani, Ahmadi, Rahman, & Rahmah, 2020).

Media merupakan sarana atau alat bantu yang digunakan untuk memudahkan proses pembelajaran sehingga pembelajar mampu memperoleh pengalaman belajar yang efektif dan efisien (Kurniati, 2022). Fungsi utama dari media dalam pembelajaran ini adalah memfasilitasi pembelajar untuk dapat melakukan proses belajar baik di dalam maupun luar kelas, saat bersama guru maupun tidak (Cahyono, Mustofa, Fatoni, & Gufron, 2022).

Dalam konteks pembelajaran bahasa Arab, pemilihan media ini sangat penting mengingat realita menunjukkan bahwa proses belajar mengajar bahasa asing, termasuk bahasa Arab merupakan pekerjaan yang sulit dan relatif melelahkan (Ilmani, Ahmadi, Rahman, & Rahmah, 2020). Pembelajaran bahasa asing, termasuk bahasa Arab cenderung lebih sulit karena bahasa tersebut jarang digunakan atau bahkan tidak pernah digunakan sebelumnya sehingga penguasaan kosa kata dan struktur kalimat tidak dikenal oleh pembelajar (Cahyono, Mustofa, Fatoni, & Gufron, 2022) juga pandangan bahwa bahasa Arab merupakan bahasa ilmu yang memiliki karakteristik yang kompleks dan jauh berbeda dengan karakteristik bahasa ibu yang digunakan pembelajar (Susiawati & Mardani, 2022). Sehingga pemanfaatan media pembelajaran yang tepat akan sangat membantu keefektifan dalam proses pembelajaran, membangkitkan semangat, minat, motivasi, serta dapat membawa perubahan psikologis bagi pembelajar (Khotimah, 2021). Penggunaan media pembelajaran yang tepat akan membuat pembelajar lebih tertarik dan memiliki minat terhadap pembelajaran.

Menurut Sulistyorini (2012), minat merupakan kecenderungan jiwa yang relatif menetap dan disertai dengan adanya perasaan senang dan menurut Suryadi (2015) Belajar bersifat aktif karena dilakukan dengan sengaja dan sadar memiliki tujuan belajar. Minat menjadi hal yang penting karena minat merupakan faktor pendorong seseorang dalam belajar yang didasari ketertarikan atau rasa senang dan keinginan untuk belajar, juga sebagai pembangun motivasi belajar seseorang. Minat ini merupakan gejala psikis yang muncul dalam diri seseorang, diwujudkan dalam bentuk perasaan senang dan menimbulkan perhatian khusus terhadap hal yang diminati, sehingga seseorang cenderung berupaya untuk mencapai hal yang diminati tersebut (Indrawan & Wijoyo, 2020). Minat terbentuk akibat adanya interaksi sosial dan keterlibatan seseorang dengan lingkungan (Ricardo & Meilani, 2017). Seseorang yang berminat akan sesuatu akan terlihat dari indikator-indikator berikut:

1. Perhatian. Seorang individu yang berminat terhadap pembelajaran akan memberikan perhatian yang tinggi terhadap proses pembelajaran yang dilakukan. Perhatian terhadap belajar dapat diartikan konsentrasi atau aktivitas jiwa seseorang terhadap pembelajaran sehingga mengesampingkan hal lain di luar pembelajarannya (Nurhasanah & Sobandi, 2016).
2. Ketertarikan Individu yang memiliki minat terhadap pembelajaran akan senantiasa tertarik dengan segala rangkaian pembelajaran.
3. Rasa Senang Ketika memiliki minat terhadap belajar maka seorang individu akan merasa senang dalam prosesnya.
4. Keterlibatan Seseorang yang berminat terhadap suatu pembelajaran akan berupaya untuk dapat terlibat dalam proses pembelajaran tersebut. Ia akan mengikuti seluruh rangkaian pembelajaran dan tidak melewatkannya, dia juga akan berperan aktif ketika diskusi terkait.

Seiring dengan teknologi yang berkembang pesat, ikut berkembang pula sosial media sebagai alat untuk berkomunikasi lebih luas antara satu orang dengan orang lain, melintasi ruang dan waktu. Salah satu yang paling banyak digunakan adalah *Instagram*. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan

informasi dengan akses yang mudah melalui fitur-fitur yang menarik (Sella & Sukmayadi, 2021). *Instagram* sendiri mulai banyak digunakan sebagai media pembelajaran karena sudah mulai banyak pengguna yang menggunakan *Instagram* tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi tapi juga sarana membagikan inspirasi dan edukasi. Bahkan telah dibuktikan dengan beberapa penelitian seperti hasil penelitian dari Bakeer (2018) yang menunjukkan bahwa *Instagram* ini lebih mudah digunakan daripada buku dan teks bacaan di perpustakaan yang berkaitan dengan pengembangan keterampilan. Beliau juga menyampaikan bahwa para pembelajar menggunakan media sosial dalam waktu lama tanpa ragu dan bosan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Sirait & Marlina (2018) bahwa keuntungan penggunaan *Instagram* dalam proses pembelajaran adalah memotivasi pembelajar untuk belajar lebih banyak lagi karena banyak yang menggunakannya, fitur yang beragam dan mudah digunakan, serta lebih efisien dalam penggunaan waktu karena dapat diakses di mana saja.

Sangat banyak akun *Instagram* membagikan konten berisi inspirasi dan edukasi termasuk ilmu-ilmu Al-Qur'an dan bahasa Arab, mulai dari lembaga hingga perseorangan. Salah satu akun *Instagram* yang membagikan materi pembelajaran Al-Qur'an dan bahasa Arab adalah @quranreview. Akun yang memiliki pengikut sebanyak 234.000 per Juni 2021. Hal yang membedakan akun *Instagram* @quranreview dengan akun lain yang serupa adalah konten yang diunggah akun *Instagram* @quranreview biasanya merupakan konten yang berangkat dari kejadian yang sedang viral kemudian dikorelasikan dengan ayat-ayat Al-Qur'an dan dibedah dari segi linguistik bahasa Arabnya, baik dari sisi tata bahasa (*nahwu*), perubahan kosa kata (*sharaf*), maupun (*balaghah*). Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah pemahaman keterkaitan ayat yang dibahas dengan kejadian yang sedang viral itu sendiri. Selain itu, kontennya dikemas dengan visual yang menarik serta penggunaan bahasa yang sesuai dengan anak-anak gen Z dan milenial sehingga menarik banyak dari mereka untuk ikut belajar meski lewat sosial media. Sehingga dengan adanya fenomena tersebut, diharapkan akun *Instagram* yang memuat pembahasan edukasi dapat menjadi alternatif media pembelajaran untuk menumbuhkan minat belajar bahasa Arab bagi pembelajar dan masyarakat luas. Selain konten yang diunggah di *Instagram*, @quranreview juga rutin mengadakan kelas daring untuk memfasilitasi *followers*nya belajar bahasa Arab secara langsung dan lebih luas.

Dari berbagai fenomena yang telah dipaparkan di atas, mulai dari perkembangan teknologi dan penggunaan sosial media, terutama *Instagram* yang meluas serta peluang penggunaannya sebagai media pembelajaran, penulis tertarik untuk meneliti apakah ada pengaruh akun *Instagram* @quranreview terhadap minat *followers*nya belajar bahasa Arab.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif eksplanasi survei yaitu desain penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan satu variabel dengan variabel lain. Pernyataan yang akan digeneralisasi didapat dari hasil analisis data penelitian yang diolah dengan aplikasi SPSS 25 for windows. Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan *followers* akun *Instagram* @quranreview yaitu sejumlah 234.000 per Juni 2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan sampel kuota yaitu sampel yang diambil hingga memenuhi kuota atau jumlah responden yang dibutuhkan peneliti dengan penentuan kategori khusus sebelumnya. Dalam hal ini, kategori khusus yang peneliti tentukan adalah responden merupakan *followers* aktif akun *Instagram* @quranreview dan pernah mengikuti setidaknya satu kali kelas daring yang diadakan akun *Instagram* @quranreview. Jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan Rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan Skala *Likert*. Soal berjumlah 16 butir soal untuk variabel X (akun *Instagram* @quranreview) dan 11 butir soal untuk variabel Y (minat belajar bahasa Arab). Teknik pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner tertutup dalam bentuk google form yang dibagikan kepada responden. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan seperti

meninjau buku, jurnal, dokumen, dan hal-hal lain yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Data**

Deskripsi data variabel X (akun *Instagram @quranreview*) Pada bagian ini akan dipaparkan deskripsi data variabel X yaitu akun *Instagram @quranreview* dari data yang terkumpul melalui kuesioner. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows* sehingga menghasilkan deskripsi data sebagai berikut:

**Tabel 1.** Deskripsi Data Variabel X (Akun *Instagram @quranreview*)

| Descriptive Statistics             |                | Statistic | Std. Error |
|------------------------------------|----------------|-----------|------------|
| Akun <i>Instagram @quranreview</i> | N              | 100       |            |
|                                    | Range          | 34        |            |
|                                    | Minimum        | 43        |            |
|                                    | Maximum        | 77        |            |
|                                    | Sum            | 6083      |            |
|                                    | Mean           | 60,83     | ,731       |
|                                    | Std. Deviation | 7,314     |            |
|                                    | Variance       | 53,496    |            |
|                                    | Skewness       | -,156     | ,241       |
|                                    | Kurtosis       | -,486     | ,478       |
| Valid N (listwise)                 | N              | 100       |            |

Sumber: *Output SPSS 25 for windows*, 2021

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah skor yang didapat setelah 100 data kuesioner diolah yakni sebanyak 6.083 dengan skor tertinggi 77, skor terendah 43, skor rata-rata 60, selisih skor tertinggi dan terendah 34, standar deviasi 7,314 dan variansi 53,496. Nilai *skewness* dan kurtosis yang hampir mendekati nol menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Selain data secara keseluruhan, data dari masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

**Table 2** Rekapitulasi Skor Variabel X (Akun *Instagram @quranreview*)

| Indikator   | Skor Min | Skor Max | Jumlah Skor | Rata-Rata | Standar Deviasi |
|---|----------|----------|-------------|-----------|-----------------|
| <b>Akses Informasi</b>                              | 1        | 5        | 3964        | 3,776     | 0,016           |
| <b>Interaksi antar Pengguna</b>                     | 1        | 5        | 2119        | 3,439     | 0,442           |
| <b>Sub Indikator dari Indikator Akses Informasi</b> |          |          |             |           |                 |
| Kemudahan   | 1        | 5        | 1756        | 4,39      | 0,0597          |
| Intensity   | 1        | 5        | 696         | 3,155     | 0,042           |
| Notification  | 1        | 5        | 618         | 3,09      | 0,034           |
| Appearance  | 1        | 5        | 894         | 4,47      | 0,022           |
| <b>Sub Indicator of Interaction between users</b>   |          |          |             |           |                 |
| <i>Like</i>   | 1        | 5        | 832         | 4,16      | 0,029           |
| <i>Comment</i>                                      | 1        | 5        | 280         | 2,8       | 0,829           |
| <i>Share</i>  | 1        | 5        | 1007        | 3,357     | 0,103           |

Sumber: Data Primer Penelitian Tahun 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa skor rata-rata tertinggi variabel X Akun *Instagram* @quranreview terdapat pada indikator akses informasi pada sub indikator tampilan yaitu sebesar 4,47 dan disusul sub indikator kemudahan dengan rata-rata 4,39. Sedangkan pada indikator interaksi antar pengguna, skor rata-rata tertinggi ada pada sub indikator like atau menyukai konten yang diunggah yakni sebesar 4,16. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Bakeer (2018) bahwa *Instagram* lebih mudah digunakan untuk mendapatkan informasi daripada buku dan teks bacaan di perpustakaan. Sehingga dapat diperkirakan bahwa tampilan yang dimiliki akun *Instagram* @quranreview dengan kombinasi huruf, warna, dan gambar yang digunakan pada setiap konten yang disajikan dapat memberikan akses informasi yang mudah dan baik sehingga *Followers* menyukainya.

Data yang terkumpul untuk variabel Y atau minat belajar bahasa arab dari kuesioner diolah dengan aplikasi SPSS 25 for windows dan menghasilkan data dengan deskripsi sebagaimana berikut:

**Table 3** Deskripsi Data Variabel X (Akun *Instagram* @quranreview)

| Descriptive Statistics    |                | Statistic | Std. Error |
|---------------------------|----------------|-----------|------------|
| Minat Belajar Bahasa Arab | N              | 100       |            |
|                           | Range          | 31        |            |
|                           | Minimum        | 29        |            |
|                           | Maximum        | 60        |            |
|                           | Sum            | 4631      |            |
|                           | Mean           | 46,31     | ,619       |
|                           | Std. Deviation | 6,192     |            |
|                           | Variance       | 38,337    |            |
|                           | Skewness       | ,036      | ,241       |
|                           | Kurtosis       | ,240      | ,478       |
| Valid N (listwise)        | N              | 100       |            |

Sumber: *Output* SPSS 25 for windows, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa skor keseluruhan data variabel Y yang terkumpul adalah 4631, skor tertinggi 60, skor terendah 29, selisih nilai tertinggi dan terendah 31, rata-rata 46,31, standar deviasi 6,192, dan variansi 38,337. Nilai *skewness* dan *kurtosis* yang mendekati nol menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Selain data keseluruhan, data dari masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

**Table 4** Rekapitulasi Skor Variabel Y (Minat Belajar Bahasa Arab)

| Indikator    | Skor Min | Skor Max | Jumlah Skor | Rata-Rata | Standar Deviasi |
|--------------|----------|----------|-------------|-----------|-----------------|
| Perhatian    | 1        | 5        | 1226        | 4,087     | 0,088           |
| Ketertarikan | 1        | 5        | 1190        | 3,97      | 0,075           |
| Rasa Senang  | 1        | 5        | 1300        | 4,33      | 0,035           |
| Keterlibatan | 1        | 5        | 915         | 3,05      | 0,141           |

Sumber: Data Primer Penelitian Tahun 2021

Indikator kuesioner variabel Y Minat Belajar Bahasa Arab diimplementasikan dari indikator minat itu sendiri sebagaimana yang dikemukakan oleh Slameto dalam Ricardo & Meilani (2017), yaitu perhatian, ketertarikan, perasaan senang, dan keterlibatan. Hasil pengolahan data kuesioner variabel Y pada Tabel 4. menunjukkan bahwa skor rata-rata tiap indikator secara berturut-turut yakni yang tertinggi untuk indicator rasa senang sebesar 4,087; diikuti indicator perhatian sebesar 4,33; kemudian indicator ketertarikan sebesar 3,97; dan terakhir indicator keterlibatan sebesar 3,05. Skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa minat belajar bahasa Arab dapat muncul setelah mengikuti akun *Instagram* @quranreview dan akun *Instagram* @quranreview memberikan pengaruh pada *followersnya* belajar bahasa Arab dibuktikan dengan nilai rata-rata yang hampir mencapai skor maksimal tiap butir soal yaitu 5.

Hasil ini sejalan dengan teori dari Sulistyorini (2012) bahwa ketika seseorang mendapat informasi dan pengetahuan tentang sesuatu, maka minat terhadap hal tersebut bisa muncul dalam bentuk keinginan tahu lebih banyak terkait hal tersebut, kemudian timbul rasa senang dan ingin terlibat dalam hal-hal terkait hal yang diminati tersebut. Dalam konten ini, ketika *followers* akun *Instagram* @quranreview mendapatkan informasi dan pengetahuan melalui konten yang diunggah oleh @quranreview, *followers* merasa senang dan memiliki ketertarikan untuk mencari lebih banyak konten-konten serupa yang diunggah @quranreview, kemudian barulah timbul tindakan berupa melakukan interaksi dengan konten yang diunggah @quranreview dan lebih jauh, mengikuti kelas online yang diadakan oleh @quranreview.

### 1. Pembuktian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis menggunakan Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk memperkirakan besaran nilai pengaruh variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Persamaan regresi linier sederhana yaitu:  $Y = a + b (X)$ .

Hipotesis dalam bentuk kalimat:

H<sub>0</sub>: Pengujian regresi linier sederhana tidak dapat memperkirakan hubungan minat belajar bahasa Arab yang dipengaruhi oleh akun *Instagram* @quranreview.

H<sub>1</sub>: Pengujian regresi linier sederhana dapat memperkirakan hubungan minat belajar bahasa Arab yang dipengaruhi oleh akun *Instagram* @quranreview.

Dengan kriteria pengujian:

H<sub>0</sub>: Jika Signifikansi > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima atau variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H<sub>1</sub>: Jika Signifikansi < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut adalah hasil output pengujian regresi linier sederhana sebagaimana terdapat pada Tabel 5.

**Tabel 5** Output Uji Regresi Linier Sederhana

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |            |                                    |
|---------------------------|-----------------------------|------------|------------|------------------------------------|
| Model                     |                             |            | (Constant) | Akun <i>Instagram</i> @quranreview |
| 1                         | Unstandardized Coefficients | B          | 7,588      | ,637                               |
|                           |                             | Std. Error | 3,454      | ,056                               |
|                           | Standardized Coefficients   | Beta       |            | ,752                               |
|                           |                             | t          | 2,197      | 11,292                             |
|                           | Sig.                        |            | ,030       | ,000                               |

a. Dependent Variable: Minat Belajar Bahasa Arab

Sumber: *Output SPSS for windows*, 2021

Tabel 5 ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,030 dan ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima dan ini menandakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemudian, nilai konstanta yaitu 7,588 dan

nilai variabel akun *Instagram* @quranreview (koefisien regresi) yaitu 0,637. Sehingga persamaan regresi linier sederhananya yaitu:  $Y = 7,588 + 0,637 (X)$ .

Persamaan tersebut menyatakan bahwa, nilai variabel minat belajar bahasa Arab sebesar 7,588 dan nilai variabel akun *Instagram* @quranreview sebesar 0,637. Nilai variabel akun *Instagram* @quranreview bernilai positif, ini berarti bahwa minat belajar bahasa Arab akan meningkat sebesar 0,637% setiap menggunakan atau mengakses akun *Instagram* @quranreview.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Kukuh Wahyu Wulanari pada 2019 yang meneliti pengaruh variabel akun *Instagram Muslim Designer Community* terhadap variabel minat dakwah masyarakat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang tergolong kuat dari variabel bebas ke variabel terikat dengan perbandingan  $r_{tabel}$  dan  $r_{hitung}$  yaitu  $0,708 > 0,0279$ .

Kemudian, dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya keragaman (informasi) pada variabel terikat yang diberikan oleh model regresi yang didapatkan. Nilai ini akan diubah ke bentuk persen, yang menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 6** Output Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model Summary <sup>b</sup>                                    |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | ,752 <sup>a</sup> | ,565     | ,561              | 4,102                      |
| a. Predictors: (Constant), Akun <i>Instagram</i> @quranreview |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Minat Belajar Bahasa Arab              |                   |          |                   |                            |

Sumber: *Output SPSS for windows*, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yakni sebesar 0,565 atau 56,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan besarnya pengaruh variabel akun *Instagram* @quranreview terhadap variabel minat belajar bahasa Arab yakni sebesar 56,5% dan 43,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini, semakin memperkuat hasil penelitian Bakeer (2018) dan Sirait & Marlina (2019) bahwa keberadaan *Instagram* yang memiliki fitur-fitur menarik dan banyak digunakan masyarakat ini memberi peluang yang besar untuk dimanfaatkan dalam proses pembelajaran, dalam konteks ini pembelajaran bahasa Arab. Di era globalisasi seperti saat ini, proses pembelajaran tidak lagi terikat dengan ruang kelas, belajar dapat dilakukan di mana dan kapan saja dengan materi yang sangat banyak dan mudah diakses serta memiliki jaringan komunikasi yang terbuka luas. Bahkan seorang pengguna *Instagram* yang hanya berada di rumah bisa melakukan proses pembelajaran layaknya di ruang kelas dengan mengakses akun-akun yang menyediakan konten pembelajaran seperti yang terdapat pada akun *Instagram* @quranreview yang menyisipkan pembelajaran bahasa Arab dalam setiap konten yang diunggahnya atau bahkan dapat mengikuti kelas daring yang digelar untuk mendapatkan pengalaman belajar yang lebih intensif bersama guru atau narasumber di kelas tersebut

**SIMPULAN**

Penggunaan *Instagram*, dalam hal ini interaksi yang dilakukan *followers* akun *Instagram* @quranreview terbukti memberikan pengaruh terhadap minat mereka dalam belajar bahasa Arab. Pengaruh tersebut terwujud dalam bentuk perasaan senang, ketertarikan, dan perhatian pada konten yang diunggah akun *Instagram* @quranreview yang mampu memuat pembahasan bahasa Arab dengan menarik. Kemudian, mau terlibat dan melakukan interaksi pada konten yang diunggah di *Instagram* dan kelas daring yang diadakan oleh @quranreview. Lebih jelasnya, terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa skor rata-rata tiap indikator minat yang hampir mencapai skor maksimal. Kemudian, pengaruh akun *Instagram* @quranreview terhadap minat *followers*nya belajar bahasa Arab ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif pada persamaan regresi  $Y = 7,588 + 0,637 (X)$ . Persamaan tersebut

berarti bahwa setiap kenaikan 1% variabel akun *Instagram @quranreview* berpengaruh terhadap kenaikan variabel minat belajar bahasa Arab sebesar 0,637. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,565 yang menunjukkan bahwa akun *Instagram @quranreview* memiliki pengaruh 56,5% terhadap minat belajar bahasa Arab dan 43,4% sisanya dipengaruhi variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Ini adalah hal yang menarik dan terus bisa dikembangkan sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat, untuk itu penelitian terkait topik ini menarik untuk dikembangkan ke depannya. Untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian serupa namun dengan permasalahan dan metodologi penelitian yang berbeda. Dapat pula meneliti terkait pemanfaatan teknologi bagi pembelajaran bahasa Arab di lingkungan sekolah atau di lingkungan masyarakat. Sehingga, perkembangan teknologi dapat menjangkau sektor pendidikan yang lebih luas lagi terutama bagi pembelajaran bahasa Arab.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, U., Amrullah, A. M., & Audina, N. A. (2021). Konstruktivisme dalam Perkuliahan Maharah Kalam Menggunakan Media Instagram : Implementasi, Problematika dan Persepsi Mahasiswa di Indonesia. *Arabiyatuna : Jurnal Bahasa Arab* 5 (1), 127-140. <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/Arabiyatuna/article/view/2396>
- Bakeer, A. M. (2018). Effects of Information and Communication Technology and Social Media in Developing Students' Writing Skill: A Case of Al-Quds Open University. *International Journal of Humanities and Social Science* 8(5), 45-53. doi:10.30845/ijhss.v8n5p5
- Cahyono, D. D., Mustofa, N. H., Fatoni, A., & Gufron, A. (2022). Upaya Meningkatkan Minat Belajar Bahasa Arab Melalui Media Gambar . *ALSYS : Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan* 2 (4), 546-554. <https://ejournal.yasin-alsys.org/index.php/alsys/article/view/481>
- Grisatita, J. A., & Lestari, M. T. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Rok Galiya sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *e-Proceeding of Management*, 5136-5145. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/13645/13160>
- Hardono, A., Sarayar, A. R., Kurniawan, H. A., Donianxon, R. A., & Nastiti, P. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar Mahasiswa UAJY. *Proceeding SINTAK* 2019, (pp. 458-464). <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sintak/article/view/7632>
- Husin, Dhia, H. Z., & Khoiriyatunnisa, L. (2021). Pemanfaatan Platfrom Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Arab Untuk Pemula . *Konferensi Nasional Bahasa Arab (KONASBARA) VII* (pp. 543-554). Malang: Jurusan Sastra Arab Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang. <http://prosiding.arabum.com/index.php/konasbara/article/view/1007>
- Ilmani, A. M., Ahmadi, Rahman, N. F., & Rahmah, Y. (2020). Multimedia Interaktif untuk Mengatasi Problematika Pembelajaran Bahasa Arab . *Al-Ta'rib: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab* 8(1), 17-32. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/2613>
- Indrawan, I., & Wijoyo, H. (2020). *Pendidikan Anak Pra Sekolah*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Khotimah, S. K. (2021). Pemanfaatan Media Pembelajaran, Inovasi di Masa Pandemi Covid-19 . *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan* 3 (4), 2149 - 2158 . <https://www.edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/857>
- Kurniati, D. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Dengan Model Blended Learning . *Ta'limi: Journal of Arabic Education & Arabic Studies* 1 (2), 119-138. <https://journal.stai-nuruliman.ac.id/index.php/tlmi/article/view/32>
- Nurhasanah, S., & Sobandi, A. (2016). Minat Belajar sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran* 1(1), 128-135.



- Rakanda, D. R. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas. Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. <http://eprints.upnyk.ac.id/22566/>
- Ricardo, & Meilani, R. I. (2017). Impak Minat dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pedidikan Manajemen Perkantoran* 2(2), 188-201. <https://www.academia.edu/download/68931875/5131.pdf>
- Sella, F., & Sukmayadi, Y. (2021). The Use of the Instagram Application as Educational Media on "Jingle Covid Education Challenge" Activities in West Java. 3rd International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2020) (pp. 248-286). Atlantis Press. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icade-20/125952129>
- Shazali, S. S., Shamsudin, Z. H., & Yunus, M. M. (2019). Instagram: A Platform to Develop Student's Writing Ability. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 9(1), 88-98.
- Sirait, J. B., & Marlina, L. (2018). Using Instagram as A Tool for Online Peer-Review Activity in Writing Descriptive Text for Senior High School Students. *Journal of English Teaching* 7(1), 291-302. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jelt/article/view/9771>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistyorini. (2012). *Belajar & Pembelajaran Meningkatkan Mutu Pembelajaran sesuai Standar Nasional*. Yogyakarta: Teras.
- Suryadi, S. (2015). Peranan Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Kegiatan Pembelajaran dan Perkembangan Dunia Pendidikan. *Informatika: Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu* 3(3), 9-19. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/informatika/article/view/219>
- Susiawati, I., & Mardani, D. (2022). Bahasa Arab Bagi Muslim Indonesia antara Identitas dan Cinta pada Agama . *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4 (5), 18-23. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/5432>
- Wardani, D. K. (2016). *Psikologi Pendidikan Islam*. Bandung: CV. Confident.
- Wulandari, K. W. (2019). Pengaruh Akun Instagram Muslim Designer Community Terhadap Minat Dakwah Masyarakat. *Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*. <https://core.ac.uk/download/pdf/196574584.pdf>